

Różnicowanie działalności dla zbieraczy sercówek

FLAG: Costa da Morte

Anllons, Galicja, Hiszpania

Prezentacja projektu

Projekt ten jest przykładem zintegrowanego łańcucha działań mających na celu podnoszenie świadomości na temat tradycji zbierania sercówki w regionie i poprawę wizerunku produktu. Działania te tworzą również wartość dodaną produktu z łowisk (sercówek) i dają początek różnicowaniu działalności zbieraczy sercówek poprzez turystykę, szkolenie i promocję produktu.



Kontekst i główne wyzwania

Zbieranie sercówek ma w Anllons długą tradycję, ale spora część społeczności straciła dziś łączność z dziedzictwem – zważywszy, że w przeszłości lokalna ludność mogła zbierać sercówki prosto z plaży, na co nie pozwala już rygorystyczne zarządzanie zasobami. Dodatkowo, co dotyczy wielu rybaków i głównych producentów, zbieracze skorupiaków w Anllons otrzymują jedynie niewielką część wartości ich produktu (sercówek), a także cierpią z powodu braku kontroli nad cenami, jakie ich sercówki osiągają na rynku.

Wszyscy zbieracze skorupiaków w Anllons zorganizowali się w stowarzyszenie non-profit, które jest odpowiedzialne za zrównoważone zarządzanie zasobami. Jednakże do niedawna mogło ono sprzedawać swoje sercówki tylko na aukcji (w odległości ponad 100 km), ponieważ nie dysponowało oczyszczaczem do obróbki mięczaków



i nie miało możliwości ich lokalnej sprzedaży. W ten sposób szczególne właściwości sercówek nie były znane lokalnie, ponieważ kiedy opuściły one region, by znaleźć się na aukcji, były sprzedawane wielkim hurtownikom w całej Hiszpanii, a przede wszystkim w Barcelonie.

Kiedy stowarzyszenie kupiło oczyszczacz (przy wsparciu Osi 3 w ramach EFF), otworzyła się możliwość odgrywania bardziej aktywnej roli w sprzedawaniu sercówek na lokalnych rynkach zbytu. Wiąże się ona z całkowicie nowymi wyzwaniami dla zbieraczy skorupiaków, których czynności aż do tego czasu ograniczały się do pozyskiwania sercówek.

Cele projektu

Przy wsparciu w ramach Osi 4 zbieracze sercówek z Anllons mieli na celu:

- › Zwiększyć w społeczeństwie świadomość tradycji zbierania sercówek w ich regionie oraz spraw z tym związanych.
- › Zapoznać ze swoim produktem lokalną ludność i rynki zbytu (restauracje, hotele, sklepy itd.)
- › Zwiększyć swój udział w wartości dodanej produktu poprzez sprzedaż bezpośrednią i znalezienie nowych sposobów pakowania i prezentowania swojego produktu.
- › Wyposażyć swoje obiekty do prowadzenia sesji degustacyjnych i prezentacji sercówek.

Opis projektu

Projekt był realizowany od połowy sierpnia do końca października 2010 r. (2,5 miesiąca). Jedną z pierwszych podjętych akcji był zakup małej furgonetki z chłodnią do przewożenia sercówek w odpowiednich warunkach do własnego centrum, gdzie zainstalowano oczyszczacz. Kiedy tylko zostały spełnione podstawowe warunki, by zacząć oczyszczać sercówki, zbieracze skorupiaków mogli rozpocząć swoje działania mające na celu promocję i sprzedaż ich produktu.



Aby promować sercówki w lokalnych restauracjach i hotelach, stowarzyszenie organizowało sesje szkoleniowe dla lokalnych szefów kuchni, które prowadził znany szef kuchni i profesor w szkole gastronomicznej w Coruña, D. Miguel García Silvarredonda. Szkolenie przedstawiało różnorodne właściwości sercówek, jak również różne sposoby ich przygotowania i prezentowania.

Aby wspomóc się w poszukiwaniach materiału do pakowania i prezentacji sercówek, zbieracze skorupiaków wzięli udział w kursie wyplatania koszy. Nauczyli się, jak wyplatać kosze i siatkowe torby, używając materiałów z recyklingu pochodzących z sektora rybackiego, takich jak stare sieci i liny.

Stowarzyszenie opracowało wtedy serię materiałów promocyjnych dotyczących sercówek (ulotki, plakaty, krótki film DVD wyjaśniający, jak pracują, a także książkę kucharską zawierającą niektóre z przepisów stworzonych podczas sesji szkoleniowych dla szefów kuchni).

Na koniec zbieracze skorupiaków z Anllons wyposażyli swoje centrum w podstawowe sprzęty konieczne, by możliwe było przyjmowanie gości (kuchnia, odtwarzacz płyt DVD, meble...). Następnie zorganizowano serię dni otwartych dla szerokiej publiczności, podczas których wyświetlano przygotowany film DVD, oferowano informacje i możliwość degustowania sercówek.

Główne zaangażowane podmioty

Projekt jest pomysłem zbieraczy skorupiaków z Anllons, tworzących stowarzyszenie składające się z 30 kobiet i 1 mężczyzny. Wszyscy członkowie stowarzyszenia wzięli udział w projekcie (przeznaczenie części swojego zbioru do oczyszczania przez stowarzyszenie zamiast dla domu aukcyjnego, który nadal kupował większość ich sercówek; pomoc w zorganizowaniu i prowadzeniu dni otwartych oraz szkoleń; udział w kursie wyplatania koszy). Jednakże wiodącą rolę odgrywała niewielka grupa przedstawicieli. Grupa ta współpracowała ściśle ze stowarzyszeniem FLAG Costa da Morte, które udzielało technicznych porad podczas tworzenia projektu, pomagając w określaniu różnych czynności i sprawdzając, czy odpowiadają one głównym celom, które miały być spełnione.

Rezultaty projektu

Jest jeszcze zbyt wcześnie, by odnotować silny wpływ, ale lokalna ludność staje się już bardziej świadoma pracy zbieraczy sercówek w ich społeczności oraz produktu. Stowarzyszenie sprzedaje teraz bezpośrednio 4 restauracjom w regionie i pewnej liczbie odbiorców indywidualnych, dzięki czemu zaczyna wzrastać jego dochód.

Obiekty stowarzyszenia mają teraz wyposażenie pozwalające na regularne przyjmowanie gości w celu promowania produktu. Odbyło się 15 dni kursów gotowania i sesji degustacyjnych (uczestniczyły grupy szkolne, gospodynie domowe i emeryci, a także lokalne hotele, sklepy i handlarze rybami) i została opracowana książka kucharska przedstawiająca różne sposoby przygotowania sercówek.

Beneficjentami są sami zbieracze sercówek, którzy nie tylko mają satysfakcję z odgrywania bardziej aktywnej roli w sprzedaży swoich sercówek, ale również zaczynają zauważać niewielki wzrost dochodów swojego stowarzyszenia dzięki dodatkowej sprzedaży bezpośrednio lokalnym punktom zbytu.



Przezwyciężanie przeszkód: najważniejsze doświadczenia

Wyzwania, którym należało sprostać, były w dużym stopniu związane z brakiem świadomości produktu tak wśród restauratorów i właścicieli sklepów rybnych, jak i ogółu społeczeństwa. Komplikowały to jeszcze trudności związane z odróżnieniem ich produktu w stosunku do istniejącego oznakowania. Brak świadomości produktu powodował dalsze wyzwanie przy wprowadzeniu sercówki jako regularnego składnika dań oferowanych w lokalnych restauracjach.

Ponadto wcześniejszy brak doświadczenia na polu marketingu pracowników zajmujących się skorupiakami był ważnym wyzwaniem przy próbach wejścia na nowe rynki.



Podczas gdy brak doświadczenia zbieraczy skorupiaków w marketingu utrudniał sprostanie tym wyzwaniom i zdobycie nowych rynków, pewne ważne czynniki pomogły zapewnić projektowi sukces, a były to:

- › motywacja i aktywne uczestnictwo zbieraczy skorupiaków;
- › wysoka jakość sercówek;
- › silne zainteresowanie produktem ze strony lokalnych restauracji;
- › dobra prasa projektu w lokalnych mediach; oraz
- › zakup oczyszczacza, który, choć nie sfinansowany w ramach Osi 4, sprawił, że wszystkie dalsze działania stały się możliwe.

Widoki na przyszłość

Projekt, który pomógł promować właściwości i potencjalne wykorzystanie sercówek, jest pierwszym etapem bardziej ambitnego planu. Stowarzyszenie planuje teraz czerpanie wyższych korzyści ze swojego produktu dzięki sprzedawaniu go bezpośrednio ze swojego centrum, a także otwarciu małej restauracji, gdzie ludzie mogliby zjeść sercówki.

Istnieją również plany stworzenia pakietów turystycznych wraz z lokalną firmą turystyczną, by zabierać grupy na wycieczki z przewodnikiem po zatoce, gdzie zbierane są sercówki, aby pokazać pracę zbieraczy. Warto zauważyć, że te działania mają miejsce równoległe z projektem prowadzonym przez ratusz, który ma na celu przebudowanie krajobrazu sąsiadującego kawałka gruntu poprzez stworzenie pola piknikowego z widokiem na zatokę, gdzie będzie można zobaczyć zbieraczy skorupiaków przy pracy.

Wreszcie stowarzyszenie zajmujące się skorupiakami zainicjowało akcje wyplatania koszy wraz z lokalnym stowarzyszeniem dla niepełnosprawnych. Przeprowadzają próbne kursy wyplatania koszy dla osób niepełnosprawnych, licząc na założenie przez tę grupę firmy non-profit, której członkowie wyplataliby kosze na lokalne sercówki.

Poczyniwszy już główne inwestycje i pozyskawszy licznych regularnych klientów, zbieracze skorupiaków mogą teraz pozwolić sobie na dalszą promocję swojego produktu poprzez sesje degustacyjne i podobne akcje, aby zwiększyć sprzedaż bezpośrednią. Ponadto zyskali pewność siebie, by przedsięwziąć bardziej ambitne plany, jak również zauważyli korzyść z dalszego inwestowania w łańcuch dostarczania żywności oraz w pokrewne działania.

Możliwość przenoszenia doświadczeń w inne warunki

Projekt tego typu można powtórzyć we wszelkiego rodzaju małych organizacjach producentów – zwłaszcza oferujących produkty o wysokiej jakości i mających wysoki potencjał dystrybucyjny w regionie. Grupa została już zaproszona do innych regionów FLAG oraz stowarzyszeń rybackich, by zaprezentować swój projekt.



Koszty i finansowanie

Działanie w ramach projektu	Łączny koszt (€)	Łączny udział środków publicznych (Oś 4 EFR + współfinansowanie krajowe) (€)
Różnego rodzaju sprzęt (dla centrum, transport produktów itd.)	20 457,76	18 411,99
Materiały informacyjne i promocyjne	6 218,64	5 596,77
Kurs wypłatania koszty	2 084,00	1 875,60
Upowszechnianie	3 100,00	2 790,00
VAT:	5 449,75	0,00
Łącznie	37 310,15	28 674,36

Jako projekt mający na celu podniesienie świadomości, który pomógł również profesjonalizować stowarzyszenie non-profit, otrzymał on łączne finansowanie ze środków publicznych w wysokości 90% (28 674,36 EUR). Z tego 61% pochodziło z Axis 4 w ramach EFF, 19,5% ze współfinansowania krajowego, a 19,5% z regionalnego (wyłączając podatek VAT, który stowarzyszenie również zapłaciło, ale może ubiegać się o jego zwrot). Łączny wkład środków prywatnych wynoszący 10% zapewniło Stowarzyszenie Zbieraczy Skorupiaków z Anllons.

Informacje o projekcie

Tytuł: Zbieracze sercówek z Anllons: różnicowanie działalności

Czas trwania: sierpień – październik 2010 r.

Data przygotowania studium przypadku: marzec 2011 r.

Promotor projektu

Agrupación de Mariscadoras Río Anllóns
(Stowarzyszenie Zbieraczy Skorupiaków z Anllons)

Julia Haz Barrientos

rioanllons2003@yahoo.es

tel.: +34 670 397 893

Informacje dotyczące FLAG

Costa da Morte, Galicia, Hiszpania.

gac3@accioncosteira.es

tel.: +34 626 104 619

<http://www.accioncosteira.es/?q=gl/node/128>

[Opis FLAG](#)

Wydawca: Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna ds. Gospodarki Morskiej i Rybołówstwa, Dyrektor Generalny.

Zastrzeżenie: Dyrekcja Generalna ds. Gospodarki Morskiej i Rybołówstwa odpowiada za całościowe wydanie niniejszego dokumentu, jednak nie odpowiada za jego treść ani nie gwarantuje poprawności danych.